



BARBARA WILKESMANN
Innovation Consultant



DELAVNICA ZA INOVATIVNA IN RAZVOJNA PODJETJA,
START-UPE TER POSAMEZNIKE

SMERNICE ZA SNOVANJE IZDELKA V 21. STOLETJU

RAZVOJ IZDELKA V 21. STOLETJU

90 % podjetij trenutno razvija izdelke, ki ne bodo v skladu s standardi prihodnosti. Prototipiranje ob upoštevanju prehoda v krožno gospodarstvo in zahtevami za skladnost je ključnega pomena pri inoviranju.

Prototip lahko postane ključni rešitelj ideje in posla samega.

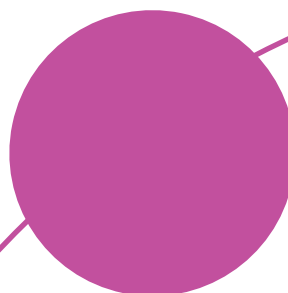
3D tiskanje je ena od ključnih tehnologij, ki omogočajo industrijsko evolucijo poznano pod imenom Industrija 5.0.

Pomislimo le na tiskanje človeških organov.

3D tisk je morda na videz nepomembna panoga, ki pa z majhnimi spremembami vnaša velike premike pri razvoju izdelkov in organizacij.

Priča smo hitrim spremembam v poslovnem okolju.

Prehajamo torej v obdobje Industrije 5.0, kjer bo poleg uporabnosti in koristnosti tehnologij za družbo dodatno potrebno zagotoviti odpornost na spremembe v poslovnem okolju in agilnost delovanja podjetij, vključiti trajnostne vidike v poslovne strategije in usmeriti konkretne korake v razvoj človeškega potenciala.



IZVAJALKA

Barbara Wilkesmann Hočevar

SVETOVALKA ZA INOVACIJE, LASTNICA
PODJETJA CHEMETS, 3D AND MORE,
AVTORICA PUMA PRISTOPA, USTANOVNA ČLANICA
SUREHUB.

SUREHUB stičišče strovkonjakov za:

- (1) trajnost (Sustainability)
- (2) odpornost (Resilient)
- (3) človeški potencial (Human)
- (4) posel (Business)

PUMA pristop pomaga:

- (1) Od ideje do izdelka
- (2) Do 8x hitrejšega vstopa na trg
- (3) Do visoke dodane vrednosti



VSEBINA DELAVNICE

1. Del: Od ideje do izdelka.

Kaj se v resnici da narediti?
Kaj je potrebno upoštevati pri razvoju izdelka?
Prototipi, unikatni izdelki in serija.
Pristop k izdelavi prototipa in izdelka.
Pogoste napake pri prototipiranju.
Tehnologije prototipiranja in materiali.
Kako pristopiti in izbrati ustrezno tehnologijo in material?
Kdaj je razvoj izdelka strošek in kdaj investicija?
Ocena investicije.

2. Del: Vstopi 8x hitreje na trg.

Prodaja že pri razvoju.
Kaj je potrebno upoštevati, da izdelek hitro
lansiramo na trg?
Kako dodajamo izdelku vrednost?
Iskanje edinstvene poti.

3. Del: Prodaja izdelka z visoko dodano vrednostjo.

Spreminjanje percepcije o prodaji.
Kaj je zaključevanje prodaje?
Kaj je ROI in CAC?
Zakaj je bolje prodajati CAC kot ROI?
Kdaj in zakaj lahko prodajamo po višji ceni kot
konkurenca?

NAMEN DELAVNICE

Namen delavnice je, da udeleženci spoznajo kako
poteka sodobna zasnova izdelka (Eco design)
z upoštevanjem evropskih smernic o trajnostnem
razvoju in krožnem gospodarstvu s ciljem, da

Izdelke hitro lansiramo na trg, jih prodamo z
visoko dodano vrednostjo.
Le prodaja omogoča zaslužek in finančno
neodvisnost.



PROGRAM DELAVNICE:

KAKO OD IDEJE, PROTOTIPA, DO IZDELKA?
KAKO VSTOPITI 8X HITREJE NA TRG?
KAKO DO VEČJEGA ZASLUŽKA?

ZA CENO DELAVNICE VPRAŠAJTE.

